

LA FRIKILERIA

Case Study



motiye




Tabla de Contenido

La Frikilería, el rincón donde los fans encuentran lo que buscan	3
Productos que, cuando se encuentran, se venden solos	6
El momento de cambio hacia una nueva solución de búsqueda	9
La experiencia de búsqueda de las grandes marcas, lista para usar	11

La Frikiería, el rincón donde los fans encuentran lo que buscan





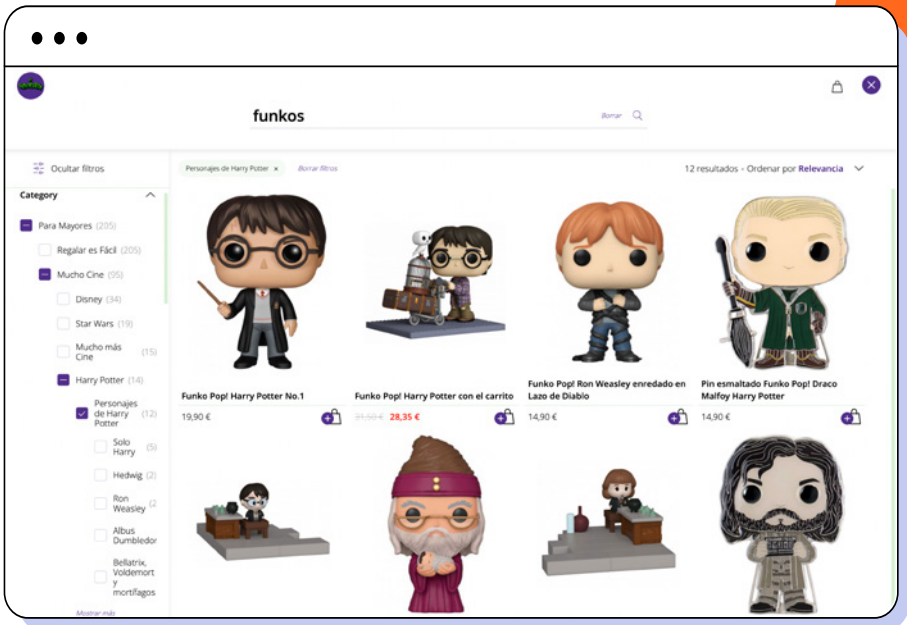
La Frikilería es una tienda de regalos para los amantes de los detalles curiosos y los nostálgicos del cine, las series, el manga, los videojuegos... En palabras de su fundadora Beatriz Álvarez, es el rincón en el que cualquier persona encuentra (seguro) algo que le encanta. No le falta razón.

Basta con echar un vistazo a su catálogo online para descubrir regalos perfectos para todas las edades, gustos y aficiones. Hay ropa, cosmética, disfraces, merchandising, detalles para el hogar e, incluso, alguna rareza gastronómica.



Ante tal despliegue de productos, los fieles seguidores de Harry Potter, los apasionados coleccionistas de Funkos o los enamorados de la cultura japonesa –solo por poner ejemplos de sus compradores habituales– podrían perderse durante horas en la tienda online hasta encontrar el regalo que estaban buscando.

Suerte que **La Frikiería** les facilita la tarea con un buscador tan único y original como su catálogo de productos.



Productos que, cuando se encuentran, se venden solos





Lo que en 2015 empezó siendo una tienda de barrio de pequeñas dimensiones se ha convertido en todo un referente para los frikis del mundo. Sin prejuicios ni límites de ningún tipo, quien llega ahora a La Frikiería buscando el detalle perfecto, lo encuentra. La marca lleva más de siete años trabajando en ofrecer un catálogo de productos amplio y adaptado a todos los gustos.

«Todo lo que hay en nuestra tienda se vende solo. Es verlo y no hace falta añadir nada más».

El problema, hasta ahora, era encontrar el producto exacto.

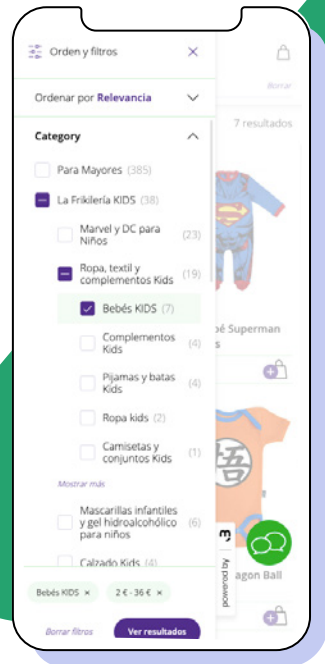


Gracias a Motive Commerce Search, La Frikiería ayuda a los compradores en esta tarea de búsqueda. Y lo hace a través de diferentes funcionalidades:

- Los filtros, que permiten elegir qué atributos pueden marcar los compradores a la hora de mostrar productos en la página de resultados.
- Los sinónimos, que amplían el rango de palabras diferentes con las que puede denominarse un mismo producto.
- El dinamismo de la propia capa de búsqueda, que va actualizándose mientras escribes.

Con todas ellas, acceder a la tienda online no es solo adentrarse en un mundo paralelo fascinante. También es vivir una experiencia de compra única y eficiente.

«Es un punto a nuestro favor y en favor de nuestro catálogo».

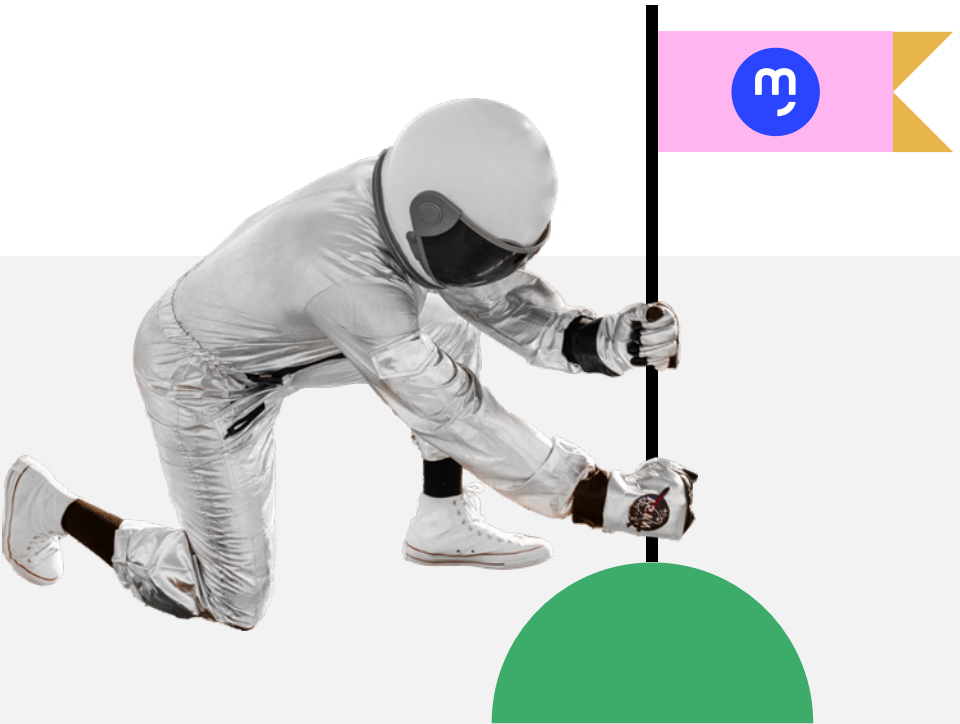


El momento de cambio hacia una nueva solución de búsqueda



No es la primera vez que La Frikiería prueba una solución de estas características con el objetivo de facilitar y mejorar la experiencia de los clientes en su tienda online. Pero ya fuera porque las funcionalidades disponibles eran demasiado básicas, porque el precio era muy caro o porque la adaptación a su catálogo no era del todo fluida, ninguna de ellas cumplió con lo que la tienda necesitaba.

«Dar con Motive Commerce Search nos abrió un poco los ojos».



La experiencia de búsqueda de las grandes marcas, lista para usar



Como todo, probar diferentes soluciones de búsqueda hasta encontrar exactamente la que tu tienda necesita tiene puntos a favor y en contra: la experiencia y los conocimientos de un lado; el miedo al cambio o al fracaso del otro.

Después de la trayectoria recorrida, cuando La Frikiería descubrió Motive Commerce Search lo tuvo claro. A través de una solución de búsqueda plug & play, ya puede ofrecer una experiencia de compra única a sus clientes. Una que, hasta ahora, solo estaba al alcance de empresas de primer nivel.

«Entonces y ahora, nos parece un privilegio tener acceso a esta tecnología».





¡Gracias!



motiye

LONDON | ASTURIAS | GALICIA

info@motive.co · www.motive.co



Powered by **eMPATHY.CO**

